



CSR報告書 2014

KEIHAN Corporate Social Responsibility Report 2014



京阪グループのブランド価値向上を目指して

京阪グループでは、経営ビジョン「“選ばれる京阪”への挑戦」において、多くのお客さまに支持され選ばれる価値のある会社を目指しています。その実現に向け、「京阪ブランド」の確立を目指し、「経営理念」に則った、「ブランドコンセプト」と、このコンセプトを象徴化した「シンボルマーク」と「スローガン」を使用しています。



ブランドコンセプト

Good Taste of Life
人を思い、潤いのある“街と暮らし”を共に創る

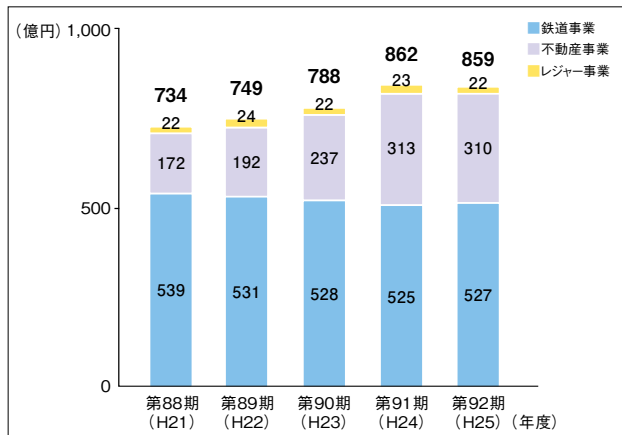
京阪グループの一人ひとりが実践しなければならないことを表した、お客さまへの約束です。私たちがお届けする商品やサービスを通じて、お客さまとともに、潤いのある街と暮らしを創りあげます。

京阪電気鉄道株式会社 会社概要

▶ 会社概要 (平成26年3月31日現在)

社名	京阪電気鉄道株式会社 (Keihan Electric Railway Co.,Ltd.)
設立	昭和24年11月25日 (12月1日営業開始)
創立	明治39年11月19日
本社所在地	〒540-6591 大阪市中央区大手前1丁目7番31号 (OMMビル)
平成25年度 営業収益	京阪電気鉄道: 859億円 (鉄道事業: 527億円 不動産事業: 310億円 レジャー事業: 22億円)
資本金	514億円
従業員数	1,586人 (他社からの出向者を含み、他社への出向者を除く)

営業収益推移



※1億円未満を切り捨てて記載しているため、内訳と合計が一致しない場合があります。

▶ 事業内容



■ 鉄道事業

大阪府、京都府、滋賀県における都市間輸送を担っており、営業キロ程は京阪本線49.3km、鴨東線2.3km、中之島線3.0km、交野線6.9km、宇治線7.6km、京津線7.5km、石山坂本線14.1km、鋼索線0.4kmの合計91.1kmとなります。平成25年度の輸送人員は約2億8,081万人、一日平均で約77万人のお客さまにご利用いただいています。



■ 不動産販売事業

従来、「ローズタウン」シリーズに代表される大規模都市開発を通して、快適な生活環境の提供を行ってきました。加えて近年ではマンション事業などのフロー型事業にも注力し、多様なニーズに応じたバリエーション豊かな住空間を提案しています。



■ 不動産賃貸事業

収益力の高い駅周辺資産の有効活用を軸に、沿線内外のオフィスビルから「KUZUHA MALL」などの大規模商業施設やアミューズメント施設まで、多様な賃貸施設を展開しています。



■ レジャー事業

遊園地「ひらかたパーク」において遊園地事業を行っています。平成25年度は年間約95万人の方にお越しいただきました。

編集方針

当社は開業から一世紀にわたり、社会から信頼される企業を目指して地域に根ざした事業を展開してきました。

本報告書では、当社が事業活動を通じて「人々の暮らしを支え、よりよくするための取り組み」をどのように考え、推進しているかを報告しています。

2012年度より継続してステークホルダーから客観的な意見を取り入れるコミュニケーションの機会を設け、その内容も報告書内に掲載しています。

また、今年度はカルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社の増田社長をお迎えし、当社のCSRに対する考え方や取り組みについての対談を行いました。

なお、本報告書は鉄道事業法により公表を義務づけられている「安全報告書」も兼ねており、安全に関する情報も充実させています。

▶ 報告対象範囲

京阪電気鉄道株式会社の事業活動を報告対象としています。

※環境負荷データ、環境会計データは当社および株式会社京阪ビジネスマネジメント、株式会社京阪ステーションマネジメントを対象としています。
※一部のグループ会社のCSR活動も紹介しています。

▶ 報告対象期間

平成25年度（平成25年4月1日～平成26年3月31日）

※一部に平成25年度以前、26年度以降の取り組みを含んでいます。

▶ 参考にしたガイドライン

- 環境報告ガイドライン（2012年版）
- 環境会計ガイドライン（2005年版）
- 民鉄事業環境会計ガイドライン（2008年版）

▶ 発行

平成26年8月

▶ 次回発行予定

平成27年8月

▶ お問い合わせ先

京阪電気鉄道株式会社
経営統括室 経営戦略担当 CSR報告書作成事務局
TEL：06-6945-4585 FAX：06-6947-3724

CSRとは >>>

「Corporate Social Responsibility」の略で、

「企業の社会的責任」という意味です。

企業の不祥事が多発する中、企業が顧客、地域社会、株主、従業員、地球環境など、周囲をとりまく利害関係者（ステークホルダー）とどう向き合っていくのか、ということが課題となっています。

CSR報告書は、企業のステークホルダーとのかかわりを開示することで、取り組みをご理解いただくとともに、自社の活動を検証するためのものです。

CONTENTS

ブランドコンセプト／京阪電気鉄道株式会社 会社概要	2
編集方針／CONTENTS	3
■ スペシャル対談	4

京阪グループのCSR

京阪グループの経営理念体系 ／京阪グループのCSRへの考え方／経営理念／経営姿勢	8
経営ビジョン「“選ばれる京阪”への挑戦」／行動憲章	9
コーポレートガバナンス／CSR推進体制	10
経営理念の浸透／当社とステークホルダー／ステークホルダーダイアログ “こころまち つくろう”の実践—鉄道事業での「CSアンケート」実施—	12
	13

安全への取り組み [安全報告書]

■ 安全基本方針と安全管理体制	
安全基本方針／安全管理体制	15
■ 平成25年度の事故・障害等に関するご報告	
事故・災害等の発生状況	17
平成25年度安全重点施策の取り組み ／平成26年度の安全重点施策の取り組みテーマについて	19
■ 安全管理体制の強化	
安全管理方法／教育・訓練	20
ヒヤリ・事故の芽活動／運転士の資質向上	22
技術の継承／KYT（危険予知トレーニング）	23
■ 走行中の列車の安全性向上	
運行管理	24
脱線防止対策／併用軌道	25
■ 駅の安全性向上	26
■ 車両の安全性向上	
車両の安全対策／より安全快適な車両を目指して	27
■ 踏切の安全性向上	
踏切道の推移／踏切での啓発活動	28
淀駅付近立体交差化事業	29
■ 火災・自然災害対策の推進（地震、風、雨など）	
気象観測機器／雨量監視システム／早期地震警報システム ／地下線の防災監視システム	29
耐震補強／地下駅の火災対策	30
■ その他の取り組み	
鋼索線（男山ケーブル）の安全対策／ひらかたパークの安全対策	30
■ 平成26年度の安全投資について	
安全投資／京阪電車からのお願い／安全報告書へのご意見受付	31

社会への取り組み

■ お客さま満足のために	
お客さまの声にこたえて	33
よりやさしく便利な駅を目指して	34
バリアフリー化の取り組み／お客さまとのコミュニケーション	35
■ 株主・投資家のために	36
■ 地域社会のために	
明日を担う世代のために	37
地域社会とのコミュニケーション	38
■ 従業員のために	
働きやすくやりがいのある職場づくり	40
安全衛生に関する取り組み	41

環境への取り組み

環境理念／環境方針／環境理念・環境方針の浸透	43
環境マネジメント／京阪グループの環境マネジメント	44
環境負荷低減の目標と実績	45
事業活動に伴う環境負荷（マテリアルバランス）	46
環境会計	47
地球温暖化防止の取り組み（鉄道電力の削減）	48
地球温暖化防止の取り組み（公共交通利用促進）	49
騒音振動低減の取り組み	50
リサイクルの取り組み／森林保護の取り組み／天津線での取り組み ／私たちが環境活動に取り組んでいます	51
■ 第三者意見／第三者意見を受けて	52
京阪グループの概要／京阪グループネットワーク ／京阪電車沿線案内図	53



T-SITE内、代官山 蔦屋書店にて

加藤好文

京阪電気鉄道株式会社
代表取締役社長 CEO兼COO 執行役員社長

増田宗昭氏

カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社
代表取締役社長兼CEO

経営の原点を見つめ直し、 未来へ チャレンジを続ける

TSUTAYA創業の地、 枚方で学んだ経営の原点

加藤 増田社長は枚方市のご出身で、事業を起こされたのも枚方だと伺っています。当社沿線で枚方市駅は第3位の乗降客数で中心的な駅の一つ。京阪電車にとって枚方は大事にしなければならない場所です。増田社長も経営者としての原点においても、故郷の枚方を大切にされていますね。

増田 今から32年前に枚方市駅の駅前で、32坪で始めたのが1号店です。店名は「蔦屋書店」でした。経営者として原点のエピソードを話しますと、江坂に2号店をオープンした時に、枚方でお世話になった方が「2号店をやるのはいいけど、1号店を疎かにしたらだめ。店を広げることによって1号店が良くなるという考え方でないと、私たちは嬉しくない」とアドバイスしてくれたのです。その言葉が、いまの私にとって経営者としての価値観のもとになっています。お世話になった人や1号店を良くするために事業を拡大するんだという考え方でないとだめですね。もっと言えば、家族の幸せのために仕事をするんだという部分が価値観としてないと事業は長続きしない。その意味でも故郷・枚方を大事にしています。

加藤 お客様視点を大事にする、人が人を大事に思う心を経営の原点においておられる。その考えは私たちも一緒です。いかにお客様に喜んでいただくか、満足していただくかを真剣に考え、いろいろな形で提供させていただいています。そこには当然ですが、人を大切にすることが基本としてあります。

増田 私は、事業を通してライフスタイルを提案するという思いでTSUTAYAを始めました。ライフスタイルを

日本語にすると「生き方」。生き方というのは、人間を「人の間」と書くが如く、人と人との関係性をどのように自分の中で形作っていくかだと考えています。例えば、親を大事にするとか、家族を大事にするとか、そういう関係性の提案だと私は思うのです。突き詰めていくと、お店に来てくださるお客さまやそこで働く人を大事にすることや幸せにすることが、お互いの幸せになるという考え方で経営しているつもりです。

安心でき、心の安らぎがある 「働く環境づくり」

加藤 私は経営者として、お客さまを大切にしようと思えば、まず従業員が安心でき、心の安らぎを持ってないと、お客さまにご満足いただけないと考えています。昨年、段階的にですが65歳までに定年を延長しました。従業員にとって、年金受給までに空白期間があるというのはすごく不安定な状況で、その期間を再雇用でつなぐという考え方もありますが、不安をなくすことが大事だということで決断しました。従業員に65歳まで元気でしっかりと仕事してもらおうのだという宣言ができたことは良かったと思っています。

増田 定年から年金受給をシームレスにするというのは素晴らしいですね。

加藤 従来のサービス業は、お客さま向けの場所は良い所を確保しても、従業員の事務所は申し訳ないけど階段下で、ということがありましたね。それではなかなか本当の意味で良いサービスを提供できません。

私が入社したのは世の中にクーラーが出始めた頃でしたが、混雑する電車を少しでも快適にしていきたいとい

うことから電車にはいち早く冷房を付けていました。駅にも比較的早く冷房を設置しましたが、それは自動改札などの機械を正常に作動させるため、結果的にそれが普及していきました。その頃の思い出で一番気の毒だったのは、踏切で電車が来る度に旗を振る係員が待機する小屋で、夏はカンカン照りで暑く、冬は寒い。当時人事部にいた私は、これを何とかしたいと思っていました。ちょうど、その時期に社員寮を改装することになり、そこで余ったクーラーを踏切の交通係の小屋に計画的に付けていったところ、非常に喜ばれました。



増田 私どもの1号店も、お客さま優先、効率優先で、働く環境は後回しでしたが、来年オープンする二子玉川のお店は、バックヤードの事務所に食堂を作ります。二子玉川のお店では生活提案をもっと極めるということで家電製品や調理家電なども扱います。それを踏まえて、バックヤードでも自分たちが調理したり、コンビニで買ってきた食材を加工したりできるようにします。32年前の1号店とは逆の発想で、働く人たちがまず楽しめる環境から考えました。お店もオフィスも、皆が働きやすくなるような環境を大切にしなければなりません。そうでないと良い企画も良いサービスも生まれません。

お客さまのための沿線活性化

増田 私たち、カルチュア・コンビニエンス・クラブの「企画」とは、ライフスタイルに革命を起こすような仕組み、つまり、生活を新しくするインフラやプラットフォームのことです。もともと鉄道会社は鉄道を敷設し、「移動」という新しいライフスタイルの価値をもたらすものとして始まりましたよね。その後、次々と鉄道ができて、それをつなぐことで、自由に移動できるという新しいライフスタイルが誕生しました。現代のインターネットの世界とすごく似ています。

加藤 運輸や物流のインフラという点では、船のほうが先で、当社沿線では琵琶湖から疏水を通して京都に来て、京都から淀川を通して大阪・天満橋の八軒家浜まで運んでいました。電車の開通前に当社グループの琵琶

湖汽船の前身である太湖汽船が琵琶湖の長浜から大津まで人と物を運んでいたのです。その後、鉄道ができて、鉄道のほうが速く量を運べて確実ということもあり、船はその役割を鉄道に明け渡したという歴史があります。

実は今それをまた復元して琵琶湖から疏水を通して京都まで船を通そうという計画があります。地元の行政も検討を進めており、当社も、ぜひお手伝いしたいと思っています。それが将来の観光の目玉につながっていけば、まさに「観光創造」です。

京阪グループの大阪水上バスでも淀川を利用して天満橋から枚方までのクルーズを年に何度か実施しており、「くらわんか舟」などの歴史的な趣もあって面白い。枚方から京都へは現状では浅くて船が通ることができませんが、浚渫(しゅんせつ)すれば、琵琶湖から大阪までの「水の路」がつながり、これも観光の目玉として、沿線活性化につながるものと考えています。

増田 それは壮大で面白い企画ですね。ぜひ実現してください。

インフラで言えば、もう一つ、「くずはローズタウン」などの街の開発がありますよね。私が初めて「くずはモール」に行ったのは大学生の頃でした。大型商業施設は、ショッピングセンターとモールの2つに分けることができると思いますが、ショッピングセンターは二子玉川の高島屋さん、モールでは「くずはモール」が衝撃的でした。今年3月、その「くずはモール」をリニューアルされて、テレビカーを設置されたとか。



加藤 「SANZEN-HIROBA」のことですね。リニューアルで、家族と一緒に楽しめるような場所をつくりたいと考えていたとき、旧3000系の特急車両が廃車になるタイミングになりました。お客さまにとっては名残惜しい車両でもあり、当社としても残したいという思いでしたので、くずはモールリニューアル計画の途中でスペースを確保したのです。「SANZEN-HIROBA」では子どもたちはもちろん、親御さんも運転シミュレーターや京阪沿線の歩みを示す写真展などを楽しんでいただいています。お客さまに非常に喜んでいただいております。設置して良かったと思います。



「安全」と「チャレンジ」を 両立させる

増田 お客様を大事にする、儲けを大事にするというのは誰でもわかっています。しかし、お客様を大事にしようと思えばコストがかかるとか、儲けようと思えばお客様に不便を感じさせることがあるとか、それは対立すると思われている。私は「そういう単純思考は止めよう」と言っています。お客様を犠牲にしてもいけないし、儲けを犠牲にしてもいけない。その両方を満たす解を求めるのが経営だと言っています。

加藤 それは京阪電車が精神として受け継いでいる創立委員長・渋沢栄一の「道徳経済合一説」とある種通じるところがあります。企業の社会的責任が増すなかで、倫理的観念である経営理念の大切さや、その意味を問い直すことはとても大事だと考えています。

社長就任時、私は「安全とチャレンジ」という方針を打ち出しました。今のお話と同じで、単純思考では、チャレンジしたら安全が損なわれるように感じられる。チャレンジはしても、安全は絶対に守らないといけない。これは当たり前の話で、安全を守りながら、いかにチャレンジしていくか。

私は「安全をしっかり守った上で、チャレンジして前に進もう」と呼び掛けており、かなり社内に浸透しつつあります。いままでの鉄道会社ではやらなかったことにも取り組んできて、ずい分変わってきました。安全は昔から叩き込まれていますから、社員はみんな安全をまず一番に考えるように染み込んでいます。チャレンジするというの

は、非常に難しかったんですが、徐々に進んできたかなと思っています。もともと、増田社長から見ればまだまだとお感じになれるかもしれませんが(笑)。

増田 いえいえ、インフラビジネスとエリア開発やサービス開発というのは全然違うスキルが求められるのに、京阪電車さんのように安全とチャレンジを両立されるのは、すごいと思います。京阪電車さんにはもともとそういうDNAがあるのでしょうか。今後はどのようなチャレンジをされるのですか。

加藤 「くずはモール」をリニューアルして、これまで描いてきた完成形が一つできましたので、数あるチャレンジの一つとして、枚方市駅周辺をもう一度活性化したいと考えています。現状が悪いということではなくて、やはり年月が経ち、多少色あせてきたところがあるのでテコ入れしていきたいと考えています。駅前のいろいろな商業施設から、駅の高架下の商業施設、さらに踏み込んで駅自体もコンセプトを持った「新しいこれからの駅」というものを表せたらとアイデアを練っているところです。

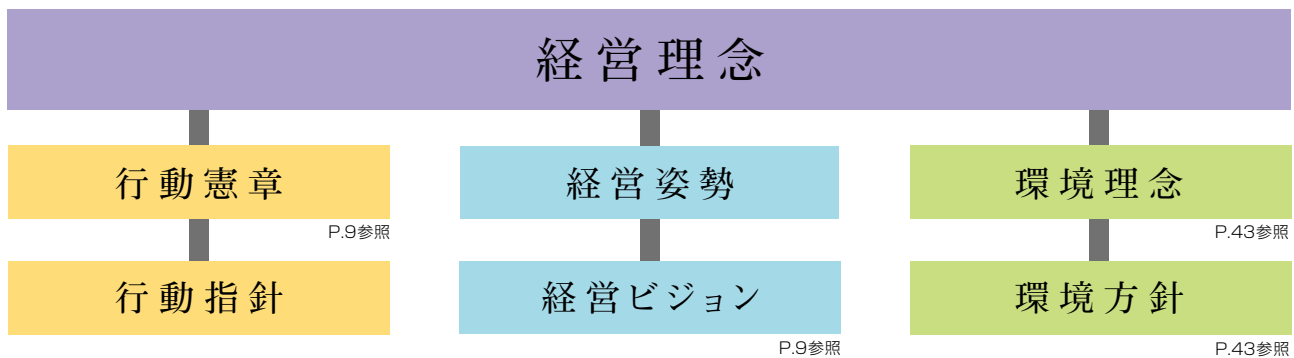
増田 京阪沿線がもっと良くなってもらうことは、沿線の皆さまはもちろん、私のように沿線出身の人間にとっても誇りですから、見たことのないチャレンジを、ぜひやって欲しい。昔、「ひらかたパーク」で大菊人形展が開催されたとき、枚方市民にとっては見たことのないものだったでしょう。みんなが話題にしていたことを覚えています。私も京阪電車には思い出があるので、企画屋として機会があればお手伝いできればと思っています。

加藤 増田社長にご参加いただけるのは、楽しみです。沿線の街がさらに元気になるような企画を、ぜひお待ちしております。本日はありがとうございました。

京阪グループの CSR

京阪グループは、21世紀にも輝き、
繁栄を続ける企業グループを目指して、
グループ全社員の進むべき方向を示すため、
平成10年7月1日、「経営理念」を制定しました。
この「経営理念」を誠実に実践することが、
京阪グループのCSR経営であると考えています。

京阪グループの経営理念体系



京阪グループのCSRへの考え方

当社は明治39年の創立以来、地域に密着したさまざまな事業活動を通じて社会に貢献し、企業としての社会的責任を果たし、社会から信頼される企業を目指して事業を展開してきました。

平成10年7月に制定した「経営理念」は、京阪グループとしての共通認識を持ち、経営理念に基づいて行動することにより、社会からその存立が認められ信頼され続けるための根本思想であると考えています。

この「経営理念」を上位概念として、経営理念を日常の行動で実現するための基本方針として「行動憲章」を、経営の意思決定における価値前提となるものとして「経営姿勢」を、環境にやさしい企業を目指すための考え方として「環境理念」を定めています。

さらに、「行動憲章」、「経営姿勢」、「環境理念」のもとに、それぞれを具現化するための「行動指針」、「経営ビジョン」、「環境方針」を定めています。

京阪グループの社員一人ひとりが、グループを取り巻く人々の期待に応えながらCSR活動を推進していきます。

経営理念

経営理念

京阪グループは、人の暮らしに夢と希望と信頼のネットワークを築いて、快適な生活環境を創造し、社会に貢献します。

経営姿勢

経営姿勢

1. 地域社会、顧客、株主、社員を大切にします。
2. 法令および社会規範を遵守し、企業の社会的責任を果たします。
3. 自然環境にやさしい企業運営を目指し、環境の保全や資源の保護に配慮します。
4. 常に新しいことに取り組み、自己改革を実現します。
5. 顧客第一主義のもと、鉄道事業を基幹としたライフステージネットワークを展開し、快適な生活環境を創造します。

経営ビジョン 「選ばれる京阪」への挑戦

わたしたちは、「人々の暮らしを支え、よりよくすることを使命として、もっと多くのお客さまから選ばれる価値ある京阪グループの創造」に挑戦します。

当社は、創立100周年を迎えた平成18年11月、京阪グループの将来像である京阪グループ経営ビジョン「選ばれる京阪」への挑戦を発表しました。

このビジョンは平成22年の開業100周年から10年後の平成32年度を見据え、「人々の暮らしを支え、よりよくすることを使命として、もっと多くのお客さまから選ばれる価値ある京阪グループを創造」することを基本方針としています。これは、「京阪“で”いい」ではなく「京阪“が”いい」と言っていたりするような、もっと多くのお客さまから選ばれる価値ある会社として成長していく決意を定めたものです。

平成24(2012)年3月には、中期経営計画(2012～2014年度)を策定し、ビジョン実現に向けて取り組んでいます。

京阪エリアの
魅力向上と拡大

京阪ブランドの確立

お客さまからの
信頼の維持・向上

お客さま視点の
営業力の強化

積極的・主導的な
事業提携

“選ばれる京阪”
への挑戦

行動憲章

企業の社会的責任を果たし、経営理念に従業員の日常の行動で実現するための基本方針として、平成18年4月に「行動憲章」を制定しました。さらに、当社各部署およびグループ各社において、より具体的な行動レベルに落とし込んだ「行動指針」を定めています。

行動憲章

京阪グループは、鉄道という公共性の高い事業を中心に地域に密着したさまざまな事業活動を行う企業集団として、企業を取り巻く人々の期待に誠実に応えることにより企業としての社会的責任を果たし、地域社会から信頼される企業を目指すため以下のとおり行動憲章を定めます。

京阪グループのすべての役員および従業員はこの行動憲章の実現が自らの役割であると認識し、率先してその実現に努めます。

1. 私たちは、法令・社会規範を遵守するとともに、高い倫理を保ち、責任ある行動をします。
2. 私たちは、お客さまの安全を第一に考えつつ、お客さまの信頼・満足が得られる品質の高いサービス(※1)をタイムリーに提供します。
3. 私たちは、公正な事業活動(※2)を行います。また、政治・行政との間に健全・正常な関係(※3)を保ちます。
4. 私たちは、広く社会とのコミュニケーションを行い、すべてのステークホルダーに必要な情報を適時・適切に開示します。
5. 私たちは、すべての人々の人権を尊重します。
6. 私たちは、ハラスメントなどのない安全で働きやすい職場づくりに努めます。
7. 私たちは、積極的に環境保護に努めます。
8. 私たちは、個人情報やその他の重要情報を厳正・適切に取り扱います。
9. 私たちは、事業活動を通じて地域社会に貢献します。
10. 私たちは、市民社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力に対しては毅然とした態度で臨み、その排除に取り組みます。
11. 私たちは、事業活動を健全(※4)かつ迅速に進め、企業価値の長期的・安定的な増大を図ります。

※1 サービスや商品について適切な表示や説明を行うことを含みます。 ※2 談合、カルテル、業務上の地位を利用して私利を図る行為、社会通念上不適切な接待・贈答、発注者の立場を利用した不当要求、知的財産の侵害、インサイダー取引などを行ってはいけません。また、適正な会計処理を行い、特許・商標等の知的財産の保全に努めましょう。 ※3 政治活動に関する違法な寄附・献金を行ってはいけません。 ※4 事業活動に関する情報は、ルールに従って正確に記録・保存しなければなりません。

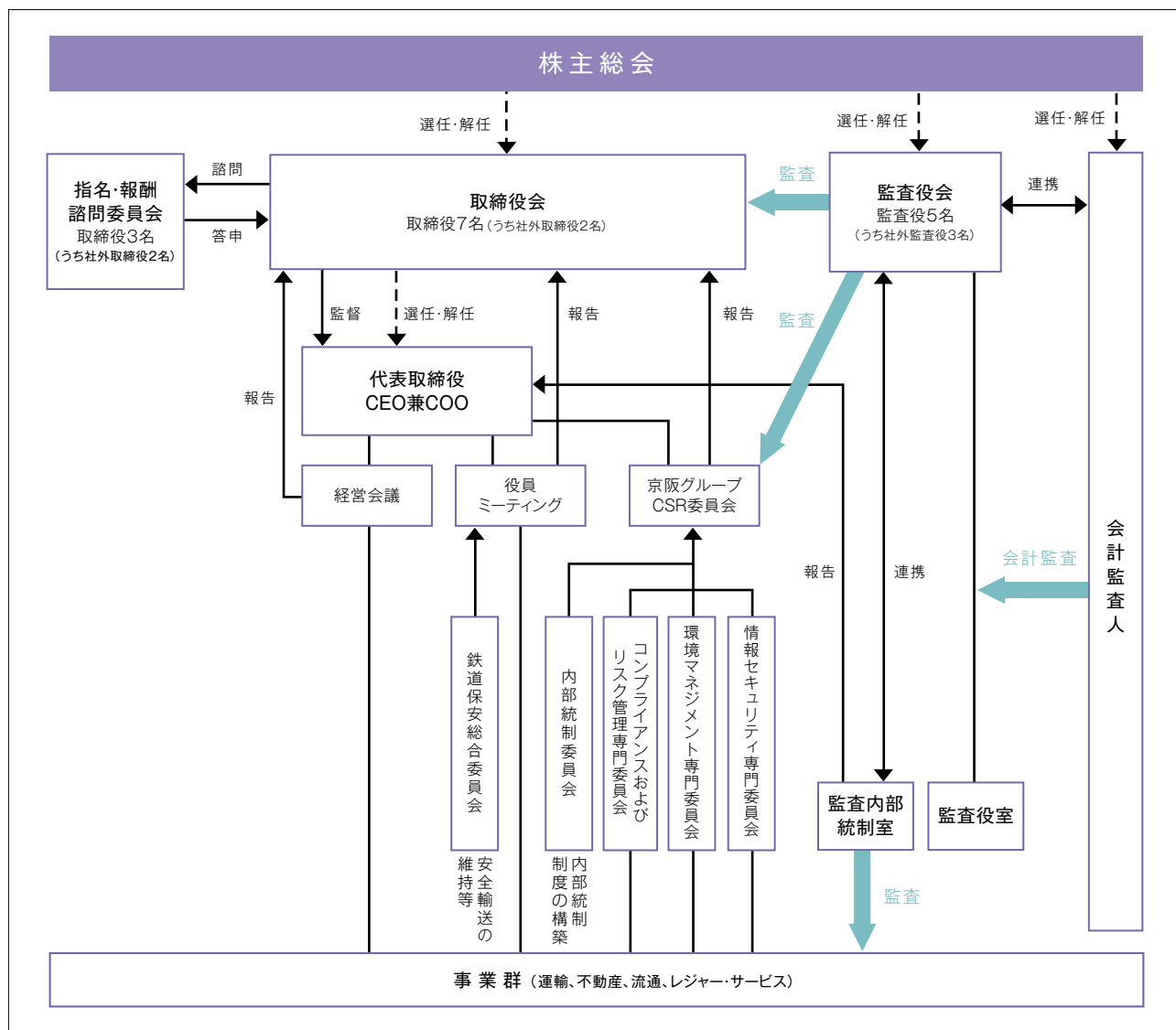
コーポレートガバナンス

当社では、取締役会を経営機構の中心に据え、グループ会社を含めた経営戦略および重要な業務執行の決定ならびに監督を行っており、会社経営の経験者である社外取締役2名を選任するなど、取締役会の体制充実に努めています。

また、業務執行の局面では執行役員制度を導入して経営統括部門およびグループの各事業を4つに区分した事業群（運輸、不動産、流通、レジャー・サービス）に執行役員を配置して、その迅速化を図っています。

一方、監査役会を設置し、企業法務の専門家、企業会計の専門家ならびに運輸行政および会社経営の経験者である社外監査役3名を選任するなど、監査体制の充実に努めています。

▼コーポレートガバナンス模式図



CSR推進体制

CSR委員会

京阪グループの社会的責任を果たすため、内部統制およびリスク管理体制を構築し、その検証、評価、改善を迅速かつ継続的に実施すること、また、ステークホルダーとの対話を通じて経済的利益の追求と社会的責任の調和を図ることを目的として、平成17年7月に京阪グループCSR委

員会を設置しました。社長が同委員会の委員長となり開催しています。(平成25年度は2回開催)

また、京阪グループCSR委員会の下部組織として、内部統制委員会および3つの専門委員会を設置しています。

内部統制委員会では、取締役会で決議した内部統制の基本方針^{*1}に則り、京阪グループの内部統制の整備を3つの専門委員会^{*2}や関係部署と調整しながら推進し、その整備状況を検証して内部統制の実効性を高めており、平成25年度の活動報告を京阪グループCSR委員会ならびに取締役会に報告しています。

※1 当社のコンプライアンス体制、情報管理体制、リスク管理体制などの方針に関して決議しました。

※2 コンプライアンスおよびリスク管理専門委員会

事業活動における法令遵守・リスク管理体制を構築し、その実施状況を検証し、改善計画を立案しています。
(平成25年度は2回開催)

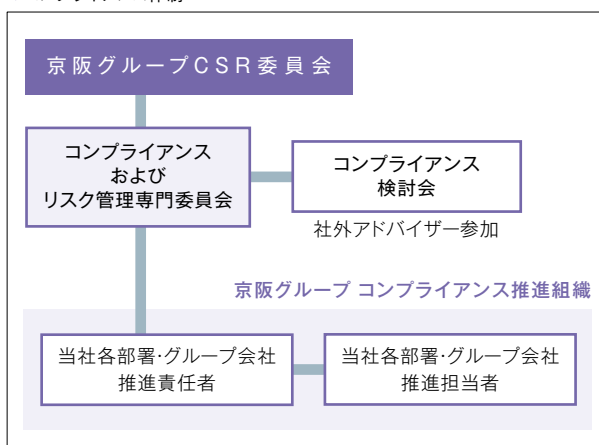
環境マネジメント専門委員会

環境保全活動を推進するために有用な環境マネジメントシステムを構築し、その実施状況を検証し、改善計画を立案するとともに、環境に関するリスクを管理しています。
(平成25年度は2回開催)

情報セキュリティ専門委員会

保有情報資産の安全かつ適切な運用を図るために有用な情報セキュリティ体制を構築し、その実施状況を検証し、改善計画を立案するとともに、情報セキュリティに関するリスクを管理しています。
(平成25年度は3回開催)

▼コンプライアンス体制



コンプライアンス・リスク管理体制

「京阪グループCSR委員会」のもとに「コンプライアンスおよびリスク管理専門委員会」を設置するとともに、コンプライアンス推進組織として、当社各部署およびグループ会社にコンプライアンス推進責任者と担当者を選任し、同専門委員会とコンプライアンス推進組織との間でコンプライアンスリスクに関する情報の相互提供を行うことで、法令違反の未然防止および再発防止を図っています。また、同専門委員会のもとにコンプライアンス検討会を設置し、社外アドバイザーを交えてコンプライアンスリスクの評価・対応策を協議しています。

なお、当社監査内部統制室が実施している当社およびグループ各社への内部監査においては、コンプライアンスの観点からも監査を実施しています。

教育・研修については、P.40に記載されている人材育成体系図中にある階層別研修などの機会を通じて経営理念や京阪グループの社会的責任、コンプライアンスに関する教育を実施して意識の向上を図るとともに、コンプライアンス・マニュアルを作成し、従業員のコンプライアンス知識の向上を図っています。

コンプライアンス・ホットライン

京阪グループに勤務する役員、社員およびそのほかの従業員を対象に、当社監査内部統制室を事務局とする「コンプライアンス・ホットライン」を開設し、社員が業務上において気づいた違法あるいは不正と思われる行為に関する情報の収集に努めるとともに、通報を受けた情報について事実関係の調査を行い、社内各部署および各社に必要な対策を講じる仕組みを整備しています。

なお、調査結果の入手を希望する通報者に対しては適宜、連絡するものとしています。

通報者の個人情報には厳重に保護され、コンプライアンス・ホットライン関与者など限定された者以外に開示されることはなく、通報行為によって不利益な処遇を受けることはありません。



コンプライアンス・
ホットラインカード

危機管理規程

京阪グループにおける危機管理の指針そのほか必要な事項を定めた「危機管理規程」を制定し、危機情報の収集・管理・報告・公開、危機発生時の体制などの整備を図っています。

これを受けて各部署は「危機管理規程」に関する細則を定め、具体的な危機に対処する仕組みを整備しています。

また、危機対応能力の向上を図るため、「コンプライアンスおよびリスク管理専門委員会」のもとに「危機リスク小委員会」を設置し、京阪グループに重大な影響を及ぼすリスクへの対応策の整備などに取り組んでいます。

情報セキュリティ

京阪グループでは、情報セキュリティの維持・向上を図るため、「情報セキュリティ専門委員会」を設置し、リスク低減の取り組みを行っています。

個人情報の保護については、個人情報保護規程を定めて社内の個人情報の安全な運用、管理に努めています。情報の漏洩などがないよう、専用サーバを導入するなど、万全の注意、対策を行っています。

経営理念の浸透

経営理念携帯カードの配布

京阪グループ全従業員に経営理念、経営姿勢、行動憲章、環境理念を記載した携帯用のカードを配布しています。



経営理念携帯カード

研修の実施

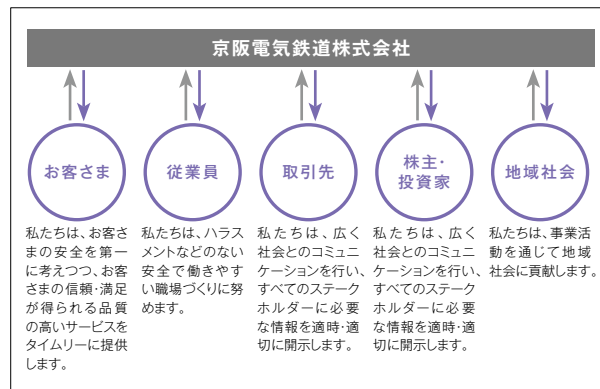
グループ新入社員研修、新任管理職・係長研修などで京阪グループの経営理念などの浸透を図っています。



グループ新入社員研修

当社とステークホルダー

お客さま、地域社会、株主・投資家などさまざまなステークホルダー（利害関係者）との積極的なコミュニケーションを通じて、ステークホルダーのさらなる信頼を得ることができるよう、継続して取り組みを進めています。



ステークホルダーダイアログ

学生とのダイアログ

同志社大学でのゲスト授業

【開催概要】

日時：平成25年12月4日（水）10:45～12:15

場所：同志社大学 今出川キャンパス

講義テーマ：

「京阪電気鉄道株式会社の環境CSR活動の取り組み」



■ 主なご意見とご提案（一部抜粋）

- 「安全への取り組み」を読むと想像以上に安全対策が行われていて安心した
- 電車の乗り心地が良い/近畿圏で一番快適→レールや車輪に工夫があるなんて知らなかった!
- 駅が綺麗（特に中之島線）、波型手すりや透明ゴミ箱に意味があるなんて知らなかった!
- 駅員さんが丁寧/アナウンスが聞き取りやすい
- 電車とバス以外の事業があることにびっくり（不動産、ひらパー、ショッピングモールについて京阪グループのイメージがない）

京阪グループ監査役協議会 ゲスト講演

【開催概要】

日時：平成26年3月13日（木）16:30～18:00

場所：京阪電気鉄道株式会社 本社集会場

講義テーマ：

「京阪グループ“選ばれる”ためのCSR戦略についての一考察」

講演者：株式会社環境管理会計研究所代表取締役 梨岡英理子様



■ 京阪電鉄グループに期待されること

- 三条駅、ひらパー（枚方公園）について、駅周辺が寂しい
→ 複合商業施設の誘致を期待
- 京都観光への貢献、駅からすぐ夢の国へ
→ 沿線で楽しめるイベントの開催（いつも行きたい/飽きない）
- 京阪主催のイベントを期待 → 京都観光（京都の地域活性化）、パーク&ライドの推進と駅自転車置き場の整備（環境保全）、電車の利用でCO₂削減、電車の電力削減に乗客の協力（楽しく協力できる仕掛け、啓蒙活動）
→ 京阪電車に乗って京都等観光したいファンづくり
- 沿線地域の活性化（住環境の充実、観光・商業施設等）
→ 京阪グループとしてのブランド効果=安心
- 沿線住民の満足度向上=沿線価値向上
→ 住宅購入、子育て、学校、就職、楽しみ（カルチャー・エンターテインメントほか）、病院、介護など、一生を京阪沿線で過ごしたいと思える街づくりを

“こころまち つくろう”の実践—鉄道事業での「CSアンケート」実施—

京阪電車では、鉄道を「安全・安心」にご利用いただくことはもちろん、便利で快適なサービスをご提供することも使命と考え、京阪電車お客さまセンターと鉄道営業部による「CS[※]アンケート」を実施しました。普段はお客さまセンターに届きにくい潜在的なご意見・ご要望を把握し、今後のサービスや業務の改善につなげていきます。 ※Customer Satisfactionの略で、「お客さま満足度」の意味。

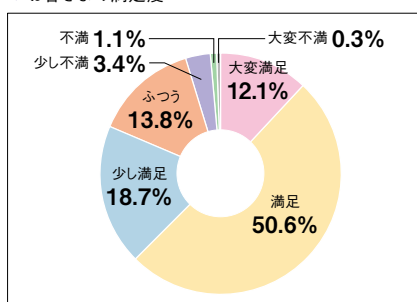
【実施概要】

配布日・場所：平成25年10月6日(日)・・・「ファミリーレールフェア2013」会場(寝屋川車庫)

平成25年10月17日(木)・20日(日)・・・淀屋橋、京橋、枚方市、丹波橋、祇園四条の各駅

配布数・回答数：配布5,200通、回答数1,727通(回答率33.2%)

▼お客さまの満足度



■改善のご要望トップ5

- 1位 トイレの清潔さ・安全
- 2位 車内マナー
- 3位 ダイヤ乱れ時の駅や車内でのご案内
- 4位 ホーム、階段など駅の安全対策
- 5位 運賃の額や制度、運賃の割引

お客さま満足度(CS)向上に向けた各部での取り組み事例

◆言葉遣いについての研修を開催

(株)京阪ステーションマネジメント 駅サービス部、大津鉄道部

平成25年5月に大津鉄道部で、8月以降に枚方・伏見両エリアで、駅係員を対象に「恐れ入りますが…」「申し訳ございません」といった接客時の言葉遣い(クッション言葉)や、実際の接客場面を想定したロールプレイング方式の研修会を開催。

さらに平成26年1月には、係員が改札口不在の際、ほかの駅からお客さま対応を行う「他駅サポートシステム」のオペレーターを対象に、インターホン越しにお客さまと会話する技術を学ぶ研修会を開催しました。

◆車内放送の訓練を実施

鉄道営業部 運転課

平成25年9月、車掌を対象に、車内放送の発声方法と事故など異常時の対応方法を訓練しました。平成26年3月には、聞き取りやすい放送のための訓練を実施しました。

◆ダイヤ乱れ時におけるお客さま向け案内放送のフォーマットを改良

お客さまにやさしい鉄道プロジェクト

各駅では、ダイヤ乱れ時におけるお客さま向けの駅放送をスムーズにできるよう、放送内容をフォーマット化したツールを備えています。より分かりやすい内容を目指し、順次改良を加えています。

◆過去の事故から得た教訓を今に活かす重大事故のパネル・カレンダーを作成

安全推進部

過去に当社で起きた重大事故をパネルにし展示しています。また、関係部署で「再発防止策の振り返り」を行うことにより、事故とそこから得た教訓の風化を防ぎ、安全への意識を高める契機とします。

皆さまのご意見を受けて

今回は毎年恒例の「同志社大学でのゲスト授業」のほかに「梨岡様のゲスト講演」と「CSアンケート」を実施しました。梨岡様のご講演では専門的見地から、「CSアンケート」では幅広いお客さまから貴重なご意見をいただきました。

大切なのは頂いたご意見ご要望をどう活かしていくかだと思います。ステークホルダーの皆さまの満足度向上を目指すべく努力していきます。

京阪電気鉄道株式会社
経営統括室 経営戦略担当 上須 知己

